



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 3, No. 1, 2026

MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 3, No. 1, 2026

Pages: 450–456

Pengaruh Penerapan Strategi Manajemen Risiko untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan Es Teh di Era Persaingan Bisnis Minuman Modern

Laela Nur Al Istiana, Amirah

Universitas Pancasakti Tegal

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3957>

How to Cite this Article

APA : Laela Nur Al Istiana, & Amirah. (2025). Pengaruh Penerapan Strategi Manajemen Risiko untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan Es Teh di Era Persaingan Bisnis Minuman Modern. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 3(1), 450 - 456. <https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3957>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



Pengaruh Penerapan Strategi Manajemen Risiko untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan Es Teh di Era Persaingan Bisnis Minuman Modern

Laela Nur Al Istiana^{1*}, Amirah²

Program Studi Manajemen, Universitas Pancasakti Tegal, Kota Tegal, Indonesia^{1,2}

*Email Korespondensi: laelanral@gmail.com

Diterima: 26-11-2025

| Disetujui: 06-12-2025

| Diterbitkan: 08-12-2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of implementing risk management strategies on improving sales performance in iced tea businesses in the era of modern beverage competition. This study used a descriptive qualitative approach through interviews, observations, and documentation of iced tea businesses in Tegal Regency and City. The results indicate that businesses face six categories of risk: operational, financial, market, human resources, marketing, and legal. Businesses tend to implement risk management informally, but preventive, mitigation, and control measures have been implemented through taste quality standards, sales recording, product diversification, and operational and marketing evaluations. Mitigation strategies such as adding flavor variants and selecting alternative suppliers have been shown to help businesses adapt to changing trends and market conditions. The implementation of risk management strategies has a positive impact on sales stability and growth, primarily through consistent product quality, operational efficiency, and increased customer loyalty. This study confirms that risk management serves not only as a safeguard against potential losses but also as a competitive strategy that supports business sustainability amidst intense competition in the modern beverage industry.

Keywords: Risk Management, Sales Performance, Iced Tea, MSMEs, Risk Mitigation, Modern Beverage Business Competition.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan strategi manajemen risiko terhadap peningkatan kinerja penjualan pada usaha es teh di era persaingan usaha minuman modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap para pelaku usaha es teh di Kabupaten dan Kota Tegal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku usaha menghadapi enam kategori risiko: risiko operasional, keuangan, pasar, sumber daya manusia, pemasaran, dan hukum. Para pelaku usaha cenderung menerapkan manajemen risiko secara informal, tetapi langkah-langkah pencegahan, mitigasi, dan pengendalian telah dilaksanakan melalui standar kualitas rasa, pencatatan penjualan, diversifikasi produk, serta evaluasi operasional dan pemasaran. Strategi mitigasi seperti penambahan varian rasa dan pemilihan pemasok alternatif telah terbukti membantu para pelaku usaha beradaptasi terhadap perubahan tren dan kondisi pasar. Penerapan strategi manajemen risiko berdampak positif terhadap stabilitas dan peningkatan penjualan, terutama melalui kualitas produk yang konsisten, efisiensi operasional, dan peningkatan loyalitas konsumen. Studi ini menegaskan bahwa manajemen risiko tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan terhadap potensi kerugian, tetapi juga sebagai strategi kompetitif yang mendukung keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang ketat di industri minuman modern.

Katakunci: Manajemen Risiko, Kinerja Penjualan, Es Teh, UMKM, Mitigasi Risiko, Persaingan Bisnis Minuman Modern.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya gaya hidup konsumtif dan tren produk minuman kekinian. Salah satu produk yang berkembang sangat cepat adalah es teh modern, yang kini hadir dalam berbagai varian rasa, kemasan menarik, serta strategi pemasaran digital yang agresif. Fenomena ini menciptakan peluang bisnis baru sekaligus meningkatkan intensitas persaingan antar pelaku usaha, baik dalam skala besar maupun UMKM. Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, pelaku usaha es teh menghadapi berbagai risiko, mulai dari penurunan permintaan musiman, fluktuasi harga bahan baku, perubahan tren pasar, hingga tekanan dari pesaing yang menawarkan produk serupa dengan harga atau kualitas berbeda. Oleh karena itu, penerapan strategi manajemen risiko menjadi penting untuk membantu pelaku usaha dalam mengenali, mengukur, dan mengendalikan risiko yang dapat mengganggu kinerja bisnis.

Alasan utama penelitian ini dilakukan adalah karena banyak pelaku usaha es teh di tingkat UMKM yang masih mengabaikan pentingnya manajemen risiko dalam kegiatan bisnisnya. Sebagian besar hanya berfokus pada aspek pemasaran dan inovasi produk, namun kurang memperhatikan potensi risiko seperti penurunan permintaan, perubahan tren, kenaikan harga bahan baku, maupun risiko operasional lainnya. Padahal, penerapan strategi manajemen risiko yang tepat dapat membantu pelaku usaha mengantisipasi ancaman, meminimalkan kerugian, serta meningkatkan efisiensi operasional yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan kinerja penjualan.

Penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi bentuk-bentuk risiko utama yang dihadapi oleh pelaku usaha es teh, strategi mitigasi yang digunakan, serta efektivitas penerapan strategi tersebut dalam meningkatkan daya saing bisnis. Permasalahan ini penting untuk dikaji karena belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas keterkaitan antara manajemen risiko dan kinerja penjualan pada sektor usaha minuman tradisional seperti es teh, terutama dalam konteks persaingan dengan merek-merek modern yang menggunakan pendekatan digital marketing dan branding yang kuat.

Menurut Raharjo (2021), manajemen risiko merupakan proses sistematis untuk mengidentifikasi dan mengatasi kemungkinan kerugian sebelum risiko tersebut menimbulkan dampak negatif bagi organisasi. Dalam konteks bisnis minuman modern, strategi manajemen risiko tidak hanya berfungsi sebagai alat pencegahan, tetapi juga sebagai strategi penguatan daya saing yang dapat membantu pelaku usaha beradaptasi terhadap perubahan pasar dan mengoptimalkan kinerja penjualan (Fahmi, 2019). Selain itu, persaingan bisnis minuman modern menuntut inovasi berkelanjutan. Keberhasilan usaha minuman kini bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami preferensi konsumen, membangun citra merek, serta melakukan promosi yang efektif melalui media sosial. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha yang mampu menerapkan strategi manajemen risiko dengan baik akan lebih siap menghadapi tantangan bisnis dan menjaga stabilitas penjualan.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen risiko merupakan proses sistematis untuk mengidentifikasi, menilai, dan mengendalikan potensi risiko yang dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi atau usaha (Suherman, 2023). Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), penerapan strategi manajemen risiko menjadi aspek penting untuk menjaga stabilitas bisnis dan meningkatkan daya saing (Feriyanty et al., 2025). Penelitian oleh (Situmorang & Manullang, 2024) menunjukkan bahwa penerapan manajemen risiko di

sektor kuliner mampu meningkatkan kinerja penjualan melalui pengambilan keputusan yang lebih strategis dan perencanaan yang matang.

Selain itu, teori kinerja penjualan menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kinerja penjualan mencerminkan efektivitas strategi pemasaran dalam mencapai target penjualan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperluas pangsa pasar. Kinerja penjualan yang baik tidak hanya ditentukan oleh strategi promosi dan inovasi produk, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko yang berpotensi menghambat kegiatan operasional dan distribusi. Penelitian (Indah & Alfianto, 2025) menemukan bahwa UMKM yang memiliki kesadaran terhadap risiko bisnis dan menerapkan strategi mitigasi yang tepat menunjukkan peningkatan kinerja penjualan yang signifikan. Dalam konteks bisnis minuman modern, pelaku usaha es teh menghadapi tantangan berupa persaingan ketat, perubahan tren konsumsi, serta tuntutan digitalisasi pemasaran. Oleh karena itu, penerapan strategi manajemen risiko dapat menjadi langkah adaptif untuk mengatasi ancaman tersebut sekaligus memperkuat posisi usaha di pasar. Melalui pengendalian biaya, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi pemasaran digital, strategi manajemen risiko diharapkan mampu meningkatkan efektivitas operasional dan memperbaiki kinerja penjualan es teh di tengah persaingan bisnis minuman modern yang semakin dinamis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana penerapan strategi manajemen risiko dilakukan oleh pelaku usaha es teh dan bagaimana penerapan tersebut berpengaruh terhadap peningkatan kinerja penjualan di tengah persaingan bisnis minuman modern. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, strategi, dan pandangan pelaku usaha secara lebih komprehensif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi terhadap kegiatan operasional serta strategi pemasaran pelaku usaha. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen dan pelaku usaha minuman es teh yang ada di Kabupaten/ Kota Tegal

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM es teh di Kabupaten dan Kota Tegal ada 2 jenis pelaku usaha yaitu mandiri dan kemitraan. Berdasarkan data responden, usaha es teh yang diteliti merupakan usaha minuman kekinian dengan karakteristik skala mikro hingga kecil, sebagian besar telah beroperasi selama 1–3 tahun. Segmen pasar didominasi oleh konsumen usia muda yang menyukai minuman praktis, terjangkau, dan memiliki varian rasa. Sebagian responden merupakan pemilik atau karyawan yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional harian, seperti penyeduhan, penyajian, pembelian bahan baku, dan pelayanan pelanggan. Produk utama yang ditawarkan yaitu es teh berbagai varian, sehingga konsistensi rasa, kualitas bahan baku, dan kecepatan pelayanan menjadi faktor utama penentu kepuasan konsumen. Usaha ini beroperasi di lingkungan yang memiliki banyak kompetitor, baik dari sesama usaha es teh maupun minuman kekinian seperti boba, kopi susu, atau minuman kekinian lainnya.

Dari sisi finansial, UMKM es teh di Kabupaten dan Kota Tegal ditandai dengan peningkatan akses terhadap pembiayaan formal. Hal ini memungkinkan pelaku usaha melakukan ekspansi dan modernisasi usaha mereka. Perkembangan teknologi juga dapat memberikan dampak terhadap penjualan es teh di

Kabupaten dan Kota Tegal. Banyak sekali UMKM yang memanfaatkan kecanggihan teknologi dan platform digital untuk memasarkan penjualan mereka terutama pada kalangan remaja yang aktif di media sosial. Namun, banyak juga umkm atau pelaku usaha yang berusia lanjut belum mampu menjangkau pasar karena ketidakmampuan dalam berteknologi atau bermedia sosial yang menyebabkan persaingan.

Data kuisisioner menunjukkan bahwa pelaku usaha mampu mengidentifikasi berbagai risiko yang relevan, antara lain:

a. Risiko Operasional

Meliputi ketidakstabilan kualitas rasa, kesalahan takaran bahan, kerusakan alat produksi sederhana (misalnya shaker atau blender), dan keterlambatan bahan baku. Sebagian responden menyoroti bahwa rasa es teh yang tidak konsisten menjadi risiko paling signifikan.

b. Risiko Finansial

Terdiri dari fluktuasi pendapatan akibat perubahan cuaca, penurunan permintaan pada hari-hari tertentu, dan kenaikan harga bahan baku seperti gula atau teh premium.

c. Risiko Pasar

Meliputi perubahan tren minuman, persaingan dengan usaha minuman modern, serta masuknya kompetitor baru dengan inovasi rasa dan promosi yang agresif.

d. Risiko Sumber Daya Manusia (SDM)

Terkait kurangnya tenaga kerja terampil, kesalahan dalam penyajian, dan ketidakhadiran karyawan yang dapat menghambat operasional.

e. Risiko Pemasaran

Kurangnya promosi yang efektif, ketidakmampuan menjangkau pelanggan digital, dan kurangnya diferensiasi produk dari kompetitor.

f. Risiko Hukum

UMKM tidak mematuhi regulasi perizinan, perlindungan konsumen, atau standar usaha, sehingga dapat menimbulkan sanksi administratif maupun tuntutan hukum yang berdampak pada keberlanjutan bisnis.

Analisis Penerapan Strategi Manajemen Risiko

Berdasarkan hasil survei, pelaku usaha telah menerapkan strategi manajemen risiko meskipun sebagian besar dilakukan secara informal atau intuitif.

a. Strategi Pencegahan

Langkah pencegahan yang umum dilakukan meliputi penggunaan bahan baku premium, penetapan standar takaran untuk menjaga konsistensi rasa, pengecekan stok harian, serta menjaga kebersihan alat. Beberapa responden menekankan pentingnya menjaga kualitas rasa dan konsistensi pelayanan sebagai bentuk pencegahan terhadap penurunan penjualan.

b. Strategi Mitigasi

Mitigasi dilakukan melalui pencatatan penjualan harian untuk memantau tren permintaan, menambah varian rasa sebagai respons terhadap tren pasar, serta bekerja sama dengan pemasok alternatif untuk mengantisipasi kekurangan bahan baku. Mitigasi risiko finansial dilakukan dengan mengontrol pengeluaran dan memilih pemasok yang stabil.

c. Strategi Kontrol atau Respons

Kontrol risiko dilakukan dengan mengubah strategi pemasaran ketika terjadi penurunan penjualan,

mengganti pemasok ketika kualitas bahan menurun, serta melakukan evaluasi menu secara berkala. Jika terjadi keluhan konsumen, responden menyatakan mampu memberikan layanan kompensasi dan perbaikan produk dengan cepat.

Pengaruh Penerapan Strategi Risiko terhadap Kinerja Penjualan

Penerapan strategi manajemen risiko terbukti memiliki dampak positif terhadap kinerja penjualan. Usaha yang menerapkan standar kualitas, melakukan kontrol stok, dan respons cepat terhadap risiko cenderung memiliki stabilitas penjualan lebih baik. Konsistensi rasa dan pelayanan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berpengaruh pada peningkatan volume penjualan. Inovasi produk sebagai mitigasi terhadap risiko pasar juga membantu usaha tetap relevan di tengah persaingan minuman modern. Dampak finansial terlihat dari minimnya pemborosan bahan dan meningkatnya efisiensi operasional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori manajemen risiko menurut ISO 31000, yang menekankan pentingnya identifikasi, evaluasi, mitigasi, dan monitoring risiko sebagai langkah sistematis untuk menjaga keberlanjutan usaha. Praktik responden menunjukkan bahwa penerapan manajemen risiko, meskipun sederhana, mengikuti prinsip-prinsip ini. Selain itu, temuan ini mendukung penelitian Aprillia (2021) dan Santoso (2022) yang menyatakan bahwa UMKM minuman kekinian mampu meningkatkan penjualan melalui konsistensi kualitas dan strategi mitigasi risiko pasar. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa inovasi produk dan penerapan standar operasional rutin merupakan strategi utama yang terbukti efektif dalam meningkatkan performa penjualan UMKM minuman modern.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mempertegas bahwa penerapan manajemen risiko bukan hanya berfungsi sebagai mekanisme perlindungan usaha, tetapi juga sebagai strategi kompetitif yang mampu meningkatkan kinerja penjualan dalam industri minuman kekinian yang dinamis.

KESIMPULAN

Penerapan manajemen risiko terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan es teh. Identifikasi risiko operasional, finansial, pasar, SDM, pemasaran, dan hukum membantu pelaku usaha mencegah gangguan yang dapat menurunkan penjualan. Strategi pencegahan melalui standar kualitas dan konsistensi rasa meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Mitigasi berupa diversifikasi rasa, pencatatan penjualan, dan pemilihan pemasok alternatif membuat usaha lebih adaptif terhadap perubahan tren dan fluktuasi biaya. Strategi kontrol seperti evaluasi menu, pemasaran digital, dan respons cepat terhadap keluhan memperkuat daya saing. Secara keseluruhan, manajemen risiko tidak hanya meminimalkan kerugian, tetapi juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan stabilitas dan pertumbuhan penjualan usaha es teh di tengah persaingan minuman modern.

DAFTAR PUSTAKA

Feriyanty, R., Negeri, U. I., Utara, S., Rauzan, R., Islam, U., Sumatera, N., Tegar, U., & Faiq, A. (2025). Studi Literatur Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Terhadap Bisnis Ukm Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(1), 326–333.

<https://doi.org/10.61722/jipm.v3i.708>

- Hasanah Indah, N., & Agus Alfianto, E. (2025). Pengaruh Modal Usaha dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan dengan Manajemen Resiko Sebagai Variabel Intervening pada UMKM di Kabupaten Pasuruan The Influence of Business Capital and Financial Literacy on Financial Performance with Risk Managemen. *Community Engagement & Emergence Journal*, 6, 946–960.
- Laila Elfridawaty Situmorang, & Berliana Lestari Manullang. (2024). Penerapan Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Sejiwa. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 251–262.
<https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.1050>
- Suherman, G. (2023). Kondisi Manajemen Risiko Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 1052-1057.